



书坊周刊



找记者 上壹点
A13-15

齐鲁晚报

2022年5月14日
星期六

好
—
读
—
书

读
—
好
—
书

□美编：
陈明丽
曲鹏



俗话说“人靠衣装马靠鞍”，服装几乎是彰显一个人性格、身份、品位的载体。《时尚及其社会议题：服装中的阶级、性别与认同》近日由译林出版社出版。该书作者是美国文化社会学家戴安娜·克兰。克兰将法国、英国和美国的服装变革历程进行了全面且详尽的比较，并以此向我们演示了服装所代表的社会意义是如何变化的。虽然如今潮流的引领者不再仅限于精英阶层，灵感往往来源于一般大众，且大多数流行趋势都十分短暂，但是服装依然与每个人的生活方式、性别、年龄等因素息息相关。

□其然

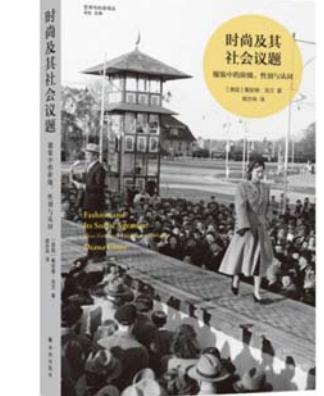
衣服曾经很贵重

在工业革命和服装的机械化生产出现之前，欧美世界里服装通常是人们最贵重的财产之一。穷人很难接触到新衣服，即使身上的旧衣服也是辗转多次才到他们手中的。《时尚及其社会议题》统计发现，1780年在巴黎及其周边地区被捕的278人中，只有28人有1套以上的衣服。

正因为如此，当时的有钱人将自己的大量服装视作宝贵财产，服装甚至成为遗产，被他们的亲人和仆人继承。当时的布料昂贵且珍稀，以至于服装本身就构成了一种货币形式，并能取代黄金而成为支付方式。当资金稀缺时，衣服还能随着珠宝和其他贵重物品一起被典当，卖个好价钱。

在工业社会之前，服饰能揭示出社会阶级、性别、职业、信仰和籍贯等信息。即使在19世纪，服饰在家庭财产中仍占据着很大比重。在法国，工薪阶层男性通常会在结婚时买一套西装，并希望能穿一辈子，以用于婚礼、葬礼等重要场合。年轻女性及其女性亲属，则一般会花几年的时间来准备自己的嫁妆，这是她为未来家庭所作贡献的重要部分，其中包括她将会用上数十年的衣服、内衣和床上用品。在英国，一些家庭以省钱买衣服为目的组建起俱乐部，搞起“团购”。相比之下，富人们因为财力雄厚，实现了“衣服自由”，能够随时购置新衣，也顺道成了整个社会时尚的引领者。

到了19世纪末，随着机械化生产技术的普及，衣服变得越来越便



《时尚及其社会议题：
服装中的阶级、性别与认同》

〔美〕戴安娜·克兰 著
熊亦冉 译
译林出版社

服装史里的社会变迁

从阶级时尚到消费时尚

历史学家托克维尔曾评价1840年时的美国，“在任何时候，仆人都可以成为主人”。当时，移民们一到美国，就换下自己的传统服饰，以此作为摒弃原有身份并建立新身份的手段。伴随东西部大迁移，美国也经历了高度的地理流动，这意味着大量人口在新的地方建构起新的身份。

20世纪以来，随着成衣在各个价格层次上的大规模扩张，服装逐渐失去了经济意义，但并未失去其象征意义。如今，人们更愿意通过购置服装来寻求或创造个人风格，以表达自己对身份的认知，而不再单纯地模仿跟风、盲从“权威”。

帽子里的玄机

20世纪60年代以前，帽子是彰显欧美男性社会差异最重要的配饰。

整个19世纪到20世纪之初，欧洲的所有社会阶层都特别喜欢戴帽子。在1900年拍摄于巴黎的一组拾荒者照片中，23人中有20人戴着礼帽或便帽。同一时期关于工厂下班工人和波士顿示威工人的照片均显示，几乎每个人也都戴着礼帽或便帽。那时人们会在现在看来不合时宜的情况下戴头饰，例如，英国人会整天都在办公室里戴帽子。这是因为，大家普遍相信：“拥有一顶帽子是对进入特定公共生活领域之准则的认可。”

《时尚及其社会议题》研究发现，当一种新款的帽子风行时，通常各个社会阶层的人都会在某段时间集中地戴在头上，但它最终会找到自己的“定位”并成为特定社会阶层的专属符号。

高顶礼帽源自19世纪初的英国，它最初是供中产阶级和上流社会的人戴的。高顶礼帽从19世纪20年代开始向民间传播，其原因可能是当时的马车夫以及警察都开始戴这种帽子。到了19世纪中叶，它已普及至所有的社会阶层。在1861年拍摄的照片中，大多数英国男性都穿着最流行的休闲夹克，10人中有7人戴着高顶礼帽。

圆顶礼帽源自1850年的英国，它本来是猎场看守人和猎人所戴的一种职业帽，但很快被富人们用于体育运动。它在不到十年内传播至城市，并被人们广泛接纳。有研究指出：“戴圆顶礼帽的有修路工、报刊小贩、送奶工、磨刀工、卖免子的、卖果汁和水的——各种各样的工人，他们似乎都把圆顶礼帽当作城市街头的徽章。”而第二次世界大战后，戴这种帽子的主要还是商人。

像高顶礼帽一样，带有帽檐的鸭舌帽出现于19世纪初，它最初是军官戴的。到了19世纪中叶，鸭舌帽开始成为“工人们最常戴的头饰”。20世纪初，没有帽檐的布帽主要是由年轻工人佩戴，而富商们只在运动时才戴鸭舌帽或布帽。如果政客们戴着布帽，人们就会认为这代表着“激进的倾向”。

在法国，每个社会阶层戴帽子的方式同样存在差异。在19世纪中期，法国上流社会和中产阶级都戴高顶礼帽；在19世纪的最后25年里，他们会在正式场合戴高顶礼帽，在商务和非正式场合戴圆顶礼帽。到了19世纪末，他们仍然戴着高顶礼帽和圆顶礼帽，但会在夏天选择戴草帽、平顶硬草帽和巴拿马草帽。据统计显示，在1875年之前，法国工人平均每人有2.2顶帽子；1875年后，平均每人有3.2顶帽子。在礼拜日和节假日，这些工人中约有四分之一佩戴了高顶礼帽。

在美国，帽子有着相似的重要性。19世纪60年代“没有帽子的人是不正常的”；在19世纪90年代，帽子则被描述为“几乎总能适得其所，即使在天太热而无法穿大衣打领带的时候”。据估计，19世纪80年代的美国人平均每年都会买一顶帽子。

美国人所选择的帽子式样也存在地域和阶级差异。19世纪中叶，生活在城市通常需要戴高顶礼帽，工人有时也会将礼帽和工作服搭配在一起。此时“低顶宽边软毡帽”在美国西部各州非

常流行。到了19世纪70年代，富商偏爱戴丝绸质地的高顶礼帽，深受铁路工人和农民欢迎的则是软毡帽。

穿在时尚之都

在时尚界，巴黎的地位是独一无二的。长期以来，巴黎处于欧洲社会变革和现代化的最前沿，同时也是法国资本主义的中心，因此对服装有着旺盛的需求。

在时尚圈，人们经常会提到高级服装定制，而沃斯则被称作“高级时装之父”。他虽然是英国人，但其时装业务却是在法国进行的。1858年，他在巴黎成立“沃斯之家”，这是19世纪和20世纪初最重要的时装屋之一。沃斯在服装设计上很有天赋，同时也擅长营销。他深知自己的设计华丽奢华，便将客户定位在上流社会人士，积极向欧洲皇室和贵族推销。

沃斯善于创新，他将传统样式的礼服加以改造，使之更适合日常生活，据说这是应他的客户欧仁妮皇后的要求进行的。沃斯还是第一个用真人模特取代时尚娃娃的人，以便向客户推广他设计的服装。

沃斯在艺术和经济上都非常成功，并为欧洲许多皇室和贵族、法国上流社会、女演员们提供服装，这些人反过来又成为时尚的领导者，带动沃斯的生意。到沃斯职业生涯结束时，他的时装公司雇了1200名员工。沃斯的成功，大大提高了服装设计师的地位。

当时，欧美时髦女性每天要换好几次衣服，并投身于广泛的社交活动之中。1887年公布的统计数字，显示了巴黎对服装的巨大需求：巴黎拥有200名一流或二流女装设计师、1800名女装裁缝、500家服装店和6家大型百货公司。此后，法国设计师为精英客户设计的高级时装，引领了西方世界的时尚之风长达一百年之久。在众多时尚杂志的宣传下，巴黎设计师的影响力至今仍不可小觑。

巴黎作为时尚之都的影响力，在20世纪60年代日渐式微，其原因在于媒体曝光率的提升以及各种流行风潮涌现于街头，时尚已经不再由少数设计师来定义。例如，嬉皮士风格为美国和欧洲的时尚界提供了强大的竞争对手，并拓展了公众的想象力。这种风格的普遍风行表明，截然不同的着装风格是可以共存的，严格的着装规则由此不再适用。

此后，人们更愿意从多重可能性中自由选择自己喜欢的着装类型。《时尚及其社会议题》指出，电视受众的数量在20世纪50年代迅速膨胀，这在态度和行为（文化阶层）而非社会经济群体的基础上强化了人们对社群的认同。

不过，服装设计师的光环并没有就此黯淡下去。经过几十年的探索，巴黎、纽约和伦敦三大时尚之都的服装设计师们渐渐找到了自己新的定位。

在巴黎，服装设计师更愿意把自己定义为艺术家、艺术从业者，在各种公开展出服装作品的场合，他们会充分利用与艺术的关联，来提升自己的职业声望，进而提高自己在充满激烈竞争的市场中的地位。

在美国，大多数服装设计师主攻日益分散的大众市场，其成功取决于能否找到与公众产生共鸣的生活方式。纽约的大牌设计师都是生活方式专家，他们擅长设计出能够表达特定生活方式的服装。

在伦敦，较为年长的设计师大多为艺术工匠，其客户大部分都处于上流社会，而年轻设计师则被排斥在外。在反抗性的街头文化和艺术院校环境的影响下，年轻设计师更具有反传统意识和叛逆精神。总的来说，伦敦设计师与青年文化、流行文化走得更近，其创作风格更倾向于反常、颠覆、不切实际，并不一味迎合主流消费市场。

一部服装史就是一部社会变迁史。服装引领时尚，而时尚正是社会发展的风向标。在越来越多元化之后，服装又将朝什么方向走呢？我们不妨拭目以待。